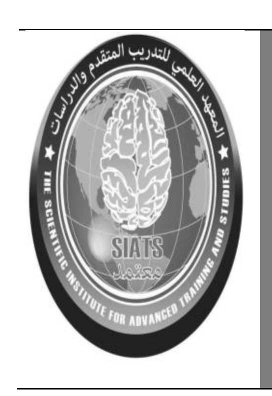


SIATS Journals

Journal of Islamic Studies and Thought for Specialized Researches

(JISTSR)

Journal home page: http://www.siats.co.uk



مجلة الدراسات الإسلامية والفكر للبحوث التخصصية

المجلد4 ، العدد1، كانون الثاني، يناير 2018م.

e-ISSN: 2289-9065

THE EXTENT OF FOLLOW-UP AND IMPACT OF THE RELIGIOUS PAGES OF THE FACEBOOK SITE ON A SAMPLE OF UNIVERSITY STUDENTS IN JORDAN

مدى متابعة وتأثير الصفحات الدينية لموقع الفيسبوك على عينة من طلبة الجامعات في الأردن

بشرى حسين اشتيوي أبوحق

محمد فيصل أشعري

قسم الدعوة والقيادة كلية الدراسات الإسلامية/ الجامعة الوطنية الماليزية/ماليزيا

BUSHRA1ABOHOQ@YAHOO.COM

1439هـ – 2018م

ARTICLE INFO

Article history:
Received 29/8/2017
Received in revised form7 /9 /2017
Accepted 5/11/2017
Available online 15/1/2018

Keywords:
Insert keywords for your paper

ABSTRACT

The social media has been developed at a great development in our time and it has changes many facets of our way of life especially communication and dissemination of ideas. Therefore, many Arab Muslim preachers use this media, especially Facebook, to disseminate the messages of Islam to all people for the sake of *da'wah*. To date, their Facebook is widely accessed by the Internet users with many likes and massive comments, but the influence of this access to the users in terms of heart and behaviour has gained a little concern from the researchers. Therefore this study aims at examining the extent of influence of the Facebook to students' heart and behaviour because they consist of major group of Internet users. The Jordanian students are chosen in this study because they are the major group of the Internet users. The objective of the study is to examine the extent of those students in accessing the Facebook of the preachers, to analyse the influence of heart and behaviour over the access of the Facebook and to examine the extent of the interaction in the Facebook for *da'wah*. This study uses the quantitative study to examine the influence of this medium to the heart and behaviour of Facebook users in which the questionnaires used as the method of gathering data. A total of 214 questionnaires are distributed to Jordanian students in the selected universities. This study found the high access of respondents to the preachers' Facebook with the mean (3.708) and they are reluctant to follow Facebook belong to Sufis and Salafis. This study also found the high influence to the heart over the access of the Facebook with the mean (3.517). The similar findings also found to the behaviour with the mean (3.597) whereby they have deeply changed after follow the preachers' Facebook. The study indicates the positive interaction between the preachers and users with the mean (3.644). These findings show that the Facebook have a significant influence towards its users and the preachers have to use an efficient way to convey the messages of Islam through this medium.



الملخص

تطورت وسائل التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً في عصرنا الحالي, فقد غيرت الكثير في حياتنا بما في ذلك طرق التواصل ونشر الأفكار. ولذلك، فقد استخدم كثير من الدعاة العرب والمسلمين هذه الوسائل الحديثة وخاصة الفيسبوك لنشر رسالة الإسلام إلى جميع الناس.تعتبر صفحات الكثير من الدعاة نموذجاً في النجاح من ناحية الانتشار الواسع بالمتابعة والتفاعل الكبير سواءاً بالتعليقات أو بالاعجابات. لكن وعلى الرغم من ذلك، هنالك شح في الدراسات التي تناولت تأثير هذه الصفحات من الناحية القلبية والسلوكية. ولذلك استهدفت هذه الدراسة على الفيسبوك فئة الطلبة لأنها تعتبر الفئة الأكثر استخداماً للإنترنت. وقد اختارت الباحثة للدراسة عينة من طلبة الجامعات الأردنية لانهم يمثلون الشريحة الكبرى في المجتمع الأردني ولما لهم تأثير قوي على التغيير. تهدف هذه الدراسة إلى اختبار مدى متابعة الطلاب للصفحات الدعوية، التأثر القلبي على الطلاب من خلال متابعة الطلاب للصفحات الدعوية ,التأثر السلوكي للطلاب من خلال متابعة الصفحات الدعوية و مدى تفاعل المتابعين مع الصفحات الدعوية. وقد استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لاختبار مدى تأثير الفيسبوك من ناحية قلبية وسلوكية. واستخدمت الاستبانة كأداه لجمع البيانات. وقد تم توزيع (219) استبانة على العينة المستهدفة، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية من طلبة الجامعات الأردنية. وقد أظهرت الدراسة من خلال الإجابات المستطلعة نتائج إيجابية بدرجة كبيرة على جميع الأهداف وللاستبانة ككل. وبحسب مقياس ليكارت الخماسي تراوحت النتائج بين (1.9) الى (4.7) وبمتوسط حسابي (3.6). وقد أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من الطلاب يتابعون الصفحات الدينية وبنسبة 93% . ومن أبرز النتائج عزوف المتابعين عن الصفحات التي تتبع مدارس فكرية معينة مثل الصوفية والسلفية. وقد أظهرت الدراسة أيضاً تأثيراً إيجابياً لصفحات الدعاة من ناحية قلبياً، وكانت أبرز النتائج أن ما نسبته 78% من الطلبة تأثروا بمنشور لدرجة البكاء. إلى جانب ذلك، فقد وجدت الدراسة أيضاً أثراً كبيراً لهذه الصفحات من ناحية سلوكية، حيث بينت الدراسة أن الكثير من الطلبة قد تغيروا تغيرا جذريا بعد متابعة الدعاة. وبينت الدراسة أيضا التفاعل الإيجابي بين الداعي والمتابعين لهذه الصفحات، وأن كثيراً من المتابعين يتابعون التعليقات والردود ويحرصون على التفاعل معها. خلصت النتائج إلى أن مدى متابعة الطلاب للصفحات الدعوية كان كبير بمعدل (3.708) وتكشف النتائج عن التأثير القلبي على الطلاب من خلال



الصفحات الدعوية كبيرة بمعدل المتوسط (3.517) ، وكان التأثير السلوكي على الطلاب من خلال متابعة الصفحات الدعوية كبيرة (3.597) ، وأخيرا مدى تفاعل المتابعين مع الصفحات الدعوية أيضا كبيرة بمعدل (3.644). كما تشير الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية في متابعة الطلاب للصفحات الدعوية والتأثير الإيجابي من ناحية التغيير ,ولهذه النتائج أثر هام على الصفحات ذات الصلة بالدعوة الى الله في بناء شخصية المخستدمين للفيس بوك، ولينتبه دعاتنا على هذه الوسيلة الفعالة في التغيير وتطوير أسلوبهم للوصول إلى أكبر قدر من فئات المجتمع ككل. وتوصي الباحثة بعمل دراسات معمقة على أبرز النتائج وخاصة فيما يتعلق بتأثير الصفحات للدعاة الحزبيين، والدعاة السياسيين، والدعاة الذين لايخلطون الدعوة بالأحزاب والسياسة، خاصة في ظل الأجواء السياسية الراهنة.



مقدمة

تتميز الدعوة إلى الله تعالى بأنها متجددة متطورة لاجمود فيها، ومما حبا الله تعالى الناس في عصرنا الحالى سهولة التواصل فيما بينهم وذلك من خلال وسائل التواصل الإجتماعي الحديثة، وقد تنوعت هذه الوسائل ما بين المقروء والمسموع والمرئي؛ ومن أشهر هذه الوسائط موقع فيسبوك على شبكة الإنترنت، فبحسب موقع الفيسبوك([1]) تشير الإحصائيات الواردة عنه إلى وصول عدد مستخدمي الشبكة إلى 2.1 مليار مستخدم شهري نشط، منهم 1.32 مليار مستخدم يومي نشط للموقع، في حين يبلغ عدد مستخدمي موقع الفيسبوك في المملكة الأردنية الهاشمية النشطين 4.8 مليون مستخدم وبنسبة وصلت إلى 61% من عدد السكان على مستوى المملكة، وهي النسبة الأعلى في دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا دون دول الخليج(2).

وقد تنوعت الاستخدامات لهذه الصفحات ما بين سياسي واجتماعي وثقافي وغيرها، ومن هذه الاستخدامات المجال الديني. فقد أظهرت مواقع الإحصاء متابعة كبيرة للصفحات الدينية والدعوية للفيسبوك، فعلى سبيل المثال هنالك شخص من بين كل ثلاثة أشخاص في الأردن على الفيسبوك يتابع صفحة الشيخ الداعية محمد العريفي. وقد قادنا ذلك إلى محاولة فهم الآثار الناتجة عن متابعة مثل هذه الصفحات وقياس الأثر الذي تتركه في نفوس متابعيها خاصة مع وجود شح في الدراسات والأبحاث المعمقة في هذا الجانب، حيث يغلب على أغلبها طابع قياس درجة المتابعة والتفاعل دون قياس الأثر، وقد تم التركيز في هذا البحث على فئة الشباب لأنهم الأكثر استخداماً وتأثراً ولأنهم صناع المستقبل.

إذاً تطرح هذه الدراسة سؤالاً حول ماهية الأثر الذي تتركه الصفحات الدينية على متابعيها، وقد استخدم في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن هذا السؤال. حيث تم بناء استبيان وتم تقسيم محاوره إلى أربعة، وهي:

- مدى متابعة الطلبة للصفحات الدينية على الفيسبوك.
- التأثير القلبي والنفسي لهذه الصفحات.
- التأثير السلوكي والعملي لهذه الصفحات.

---

(1) /https://newsroom.fb.com/company-info

(2) http://www.internetworldstats.com/middle.htm



- مدى التفاعل الحاصل بين الداعية والمدعوين.

وقد تم اختيار عينة عشوائية من طلبة الجامعات الأردنية بعدد 219 طالباً من مختلف الجامعات والكليات والمستويات العمرية. وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى عدة أبواب، حيث تناولت في البند الأول المقدمة ثم في البند الثاني الدراسات السابقة ثم في البند الثالث الاستبيان ونتائجه حسب المحاور الأربع ثم نختم بالنتائج والتوصيات.

2. الدراسات السابقة

تعتبر الأبحاث المتخصصة في قياس الأثر الديني للفيسبوك من الأبحاث القليلة وخاصة فيما يتعلق بالتأثير السلوكي والتأثير القلبي الانفعالي، لكن وجد دراسات كثيرة حول أهداف البحث في العموم. فقد تحدثت دراسة([3]) عن دور وسائل التواصل الإجتماعي في إشباع متطلبات الشباب الأردني وطبقت الدراسة على عينة من طلبة جامعة اليرموك وقد خلصت الدراسة إلى أغلبية في استخدام الفيسبوك على وسائل التواصل الأخرى، وخلصت إلى أن إهداف متابعة الشباب للفيسبوك والرغبات المتحققة تتنوع حسب الحاجات المعرفية والوجدانية والشخصية والتواصلية والهروب من الواقع مع بروز الحاجة الدينية لهذه المتابعة. وخلصت دراسة([4]) إلى أن الجانب الديني يحتل المرتبة الأولى من أهداف متابعة الطلبة للفيسبوك على عينة من طلبة الجامعات وأن الفيسبوك وسيلة جذابة وفاعلة للدعوة إلى الله تعالى، في حين تناولت هذه دراسة([5]) إلى أسباب استخدام النصارى لصفحاتهم الدينية على عينة في أوروبا وخلصت الدراسة إلى أن هنالك أربعة دوافع لديهم للوصول إلى المحتوى الديني على صفحات الفيسبوك تتلخص في دوافع التدين والثقافة الروحية والمعلومات الدينية والترفيه، بينما تناولت دراسة ([6]) الأثر الدعوي للفيسبوك وخلصت دراسته إلى أن المنشور الديني حاز على أعلى متابعة وبنسبة 36% على عينته المطبقة في فلسطين.

([3]) Mansour, T. (2014). The Role of Social Networks in Meeting The Needs of The Jordanian Youth. *Jordan Journal of Social Sciences*, *7*(2).

([4]) عتيلي . أشعري، معاذ . محمد فيصل.(2012) نظرية التفاعل الدعوي وتطبيقها عبر الإعلام الجديد: "فيسبوك نموذجاً". رسالة ماجستير . ماليزيا: الجامعة الوطنية الماليزية.

([5]) Brubaker, P. J., & Haigh, M. M. (2017). The Religious Facebook Experience: Uses and Gratifications of Faith-Based Content. *Social Media+ Society*, *3*(2), 2056305117703723.

([6]). البدوي،عمار توفيق احمد(2012)أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة"الفيس بوك"نموذجا، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، جامعة النجاح، فلسطين.



وأما فيما يتعلق بالجانب السلوكي والجانب القلبي الانفعالي، فقد بينت دراسة ([7]) الجوانب السلبية لاستخدام الفيسبوك من ناحية عاطفية ومزاجية وقد وجدت الدراسة علاقة بين الاستخدام النشط الطويل للفيسبوك وبين تقلب المزاج، في حين إقترحت دراسة ([8]) مصطلح إكتئاب الفيسبوك ومصطلح الحسد الفيسبوكي، ووجدت علاقة إيجابية بينهما حيث يدي الثاني إلى الأول، في حيث إقترحت دراسة ([9]) مصطلح (iDisorder) أي الإضطرابات الناتجة عن استخدام الفيسبوك ووصفت إضطرابات كثيرة ما بين الإكتئاب والهوس ومعاداة المجتمع وغيرها وقد أظهرت الدراسة وجود نتائج إيجابية وسلبية للفيسبوك، فالنتائج الايجابية تكون عادةً إذا تحقق توقعات الشخص من الفيسبوك في حين تتنوع الإضطرابات النفسية إذا كانت التوقعات سلبية خاصة مع المتابعة الطويلة للفيسبوك.

وفيما يتعلق بالهدف الرابع وهو التفاعل مع المنشورات الدينية، فقد تحدث دراسة ([10]) عن التفاعل الحاصل على صفحات الفيسبوك وقد خلصت الدراسة إلى تفضيل الجمهور بالتفاعل على صفحات الفيسبوك منها على التفاعل مع مواقع الإنترنت الأخرى وأهمية التفاعل مع الصفحات وأثره ي صناعة الرأي العام، فيما تحدثت دراسة ([11]) عن أهمية التفاعل الحاصل على صفحات الفيسبوك وأثره في التغيير والتأثير على صناعة القرار وخلصت إلى أن التفاعل على مواقع التواصل الإجتماعي يتعتبر إعلاماً بديلاً، فيما تحدثت دراسة ([12]) عن أهمية زر الاعجاب على الفيسبوك (Like) وأثره في توجيه المتابعين ووجدت الدراسة علاقة قوية بين استخدام زر الاعجاب لمنشور معين والتأثير على متابعته.

([7]). Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014). Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, *35*, 359-363.

([8]) Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing?. *Computers in Human Behavior*, *43*, 139-146.

([9]) Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2013). Is Facebook creating "iDisorders"? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, *29*(3), 1243-1254.

([10]). المنصور، محمد(2012). تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين ، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية، الدانمارك.

([11]) الراوي ،بشرى جميل(2015)دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/مدخل نظري. مجلة الباحث الإعلامي 14(9-25)، جامعة بغداد.

([12]) Phua, J., & Ahn, S. J. (2016). Explicating the 'like'on Facebook brand pages: The effect of intensity of Facebook use, number of overall 'likes', and number of friends''likes' on consumers' brand outcomes. Journal of Marketing Communications, 22(5), 544-559.



3. محاور الدراسة

كما ذكر في المقدمة فإن الدراسة قائمة على الاستبيان لقياس محاور الدراسة الأربع، وقد قسم الاستبيان إلى قسمين رئيسيين فتناول القسم الأول المتغيرات المستقلة وهي الجنس والعمر والجامعة والكلية وعن إمتلاك حساب على الفيسبوك وحول متابعة الطلبة للصفحات الدينية للفيسبوك، وأما القسم الثاني فقد خصص للمحاور الأربع وبواقع عشرة أسئلة لكل منها.

حاول المحور الأول قياس مدى متابعة العينة للصفحات الدينية للفيسبوك، وقد تعرض المحور الأول إلى ثلاث قضايا وهي قياس مدى متابعة العينة للصفحات الدينية ثم ما يفضلونه على هذه الصفحات ومن ثم تطرقت إلى الميول نحو الصفحات ذات المدارس الفكرية مثل الصوفية والسلفية والإخوان والجهاديين. أما في المحور الثاني فهو محور التأثير القلبي الناتج من تأثير هذه الصفحات، يعتبر المحور القلبي من الدراسات القليلة التي تناولت التأثير القلبي الوجداني لاستخدام الفيسبوك، وقد ناقش هذا المحور قضيتين أساسيتين، وهما التأثير القلبي الانفعالي مثل البكاء والاطمئنان والارتياح، والقضية الثانية وهي التأثير القلبي الفكري مثل المفاهيم والإلتزام والإقتناع والحجج العقلية والمتابعة. أما في المحور الثالث فقد تناول التأثير السلوكي لمتابعة صفحات الفيسبوك، وقد ناقش هذا المحور قضيتين رئيسيتين، أولها الأثر السلوكي الشخصي اللازم وهو تغير يكون على سلوك الشخص نفسه كالمواضبة على قراءة القرآن وبر الوالدين وحضور الدروس، ثانياً الأثر السلوكي المتعدي وهو دعوة الآخرين ومحاولة نقل التأثر الشخصي إلى التأثير على الآخرين.

والمحور الرابع والأخير فهو محور التفاعل فقد تحدث عن التفاعل الحاصل على الصفحات الدينية مثل التعليق والمشاركة والردود وزر الاعجاب، ناقش هذا المحور شقين أساسيين بما يتعلق بالصفحات الدعوية على الفيسبوك، فقد إتجهت بعض الأسئلة حول ماهية المحتوى ومايفضله الطلبة في المنشورات وحجم متابعتهم لها (التركيز على المنشور نفسه)، فيما تحدث الشق الثاني عن مدى التفاعل مع المنشورات بما يعكس وجهة نظر أو محاولة نقل التأثر الحاصل على المتابعين.

ومن ناحية إحصائية فقد تم استخدام برنامج SPSS لمعالجة البيانات وتم حساب المتوسطات الحسابية (من 5) والنسب المئوية للإجابة عن أسئلة الاستبيان، وتم استعمال معامل الثبات كرونباخ ألفا لقياس مدى ثبات أداة الدراسة.



4. نتائج الدراسة

شارك في الاستبيان عدد 219 طالباً وطالبةً، حيث كان 40% منهم من فئة الذكور والباقي من الإناث، وشكلت الفئة العمرية دون 22سنة الغالبية بنسة بلغت 60% تلتها فئة دون 30سنة بنسبة 30% في حين كانت نسبة من هم فوق سن 30 سنة 10% تقريباً. وشمل الاستبيان بالنسبة لمتغير الجامعة 60% من طلبة جامعة اليرموك و 20% من جامعة العلوم والتكنولوجيا و 20% من باقي الجامعات الأردنية المختلفة. وأما متغير الكلية فقد كان 30% من مجموع العينة يدرسون في الكليات الشرعية والباقي في مختلف الكليات والتخصصات. وأظهر الإستطلاع أن 98% من الطلبة يستخدمون برنامج الفيسبوك، وأن 93% من العينة يتابعون صفحات دينية على الفيسبوك، وبذلك بلغت العينة الصحيحة لقياس متغيرات الدراسة بعدد 204 طالباً ممن يمتلكون حساباً على موقع فيسبوك ويتابعون صفحات دينية عليه. وفيما يلي نتائج المحاور الأربعة:

المحور الأول: المتابعة

جاءت النتيجة الكلية للأسئلة العشرة بمتوسط 3.7 وبمعدل 74%، وأظهر متابعة كبيرة لصفحات الفيسبوك ولا عجب من ذلك، فإن ما نسبته90% من العينة المستهدفة في الدراسة كانت بين موافق وموافق بشدة على أن الصفحات الدينية تشكل جزءاً من متابعتهم للفيسبوك وبدرجة "كبيرة جداً" وبأقل نسبة من الإنحراف المعياري في جميع أسئلة الاستبيان (أنظر الجدول1). وأقر نسبة كبيرة أنهم يتابعون عدداً كبيراً (أكثر من خمسة) من الصفحات دعوية، وأنهم يتابعون دعاة من عدة دول مع إعتقادهم أن الدعاة استطاعوا أن يصلوا الى شريحة كبيرة من الناس سواءا كانوا من الملتزمين أو من غير الملتزمين.

وحول ما يفضله الطلبة في الصفحة والداعية، فقد فضل الطلبة بدرجة "كبيرة" أن تحتوي صفحة الداعية على المنشورات التي تهتم بقضايا الأمة عامة، وأن تكون متنوعة في وسائل التخاطب بين المكتوب والمسموع والمشاهد.

أما القضية الثالثة والتي تناولها الاستبيان فهي متابعة الصفحات ذات التوجهات المنتمية إلى الحركات والمدارس الفكرية الإسلامية. وقد تناولت هذه الدراسة أربعة من أشهر التيارات الفكرية الدينية والسياسية والحركية في الأردن، وهي السلفية



والإخوانية والصوفية والجهادية. وقد جاءت النتائج في هذه القضية كأقل النتائج مجتمعة في الاستبيان وبدرجة "متوسطة" لجميع التوجهات مع وجود إنحراف معياري (Standard Deviation) أعلى بالمقارنة مع أسئلة المحور المتبقية.

جدول1: مدى متابعة الطالب للصفحات الدعوية

العدد	الفقرة	المتوسط	إنحراف معياري	النسبة المئوية	الدرجة
.1	تشكل الصفحات الدينية جزء من متابعتي للفيسبوك.	4.49	.739	89.7%	كبيرة جدا
.2	أنا أتابع خمسة من الدعاة المشهورين.	3.98	.803	79.5%	كبيرة
.3	أنا اعتقد أن بعض الدعاة استطاع أن يتواصل بصفحته مع الكثير من الناس سواء الملتزمين أو غير الملتزمين.	3.97	.850	79.3%	كبيرة
.4	انا اعتقد ان صفحة الداعية يجب ان تحتوى على منشورات تهتم بقضايا الأمة.	3.95	1.028	78.9%	كبيرة
.5	أنا افضل متابعة صفحات الدعاة أصحاب المدرسة السلفية.	3.46	1.061	69.2%	متوسطة
.6	أنا افضل متابعة صفحات الدعاة أصحاب المدرسة الصوفية.	3.22	1.185	64.4%	متوسطة
.7	أنا افضل متابعة صفحات الدعاة أصحاب المدرسةالاخوانية.	3.36	1.142	67.2%	متوسطة
.8	أنا افضل متابعة صفحات الدعاة أصحاب المدرسة الجهادية.	3.29	1.101	65.8%	متوسطة
.9	أنا افضل متابعة صفحات الدعاة من دول مختلفة.	3.63	1.063	72.6%	كبيرة
.10	أنا افضل متابعة المنشورات المتنوعة التي تحتوي على الكتابة والفيديو والصور.	3.75	1.110	75.0%	كبيرة
	نتائج المحور الكلية	3.708	0.717	74.2%	كبيرة

المحور الثاني: التأثير القلبي

جاءت النتيجة الكلية للأسئلة العشرة بمتوسط 3.5 وبمعدل 70% (أنظر الجدول 2)، وأظهرت الدراسة أنه من الناحية الوجدانية النفسية القلبية جاءت النتيجة إيجابية جدا بأن معظم الطلبة يكون من تأثرهم ببعض المنشورات وبنسبة



78%، وهذا يظهر الأثر العظيم لهذه الصفحات إجمالاً، وقد عبر الطلبة في العينة المستهدفة بنسبة كبيرة عن تأثرهم النفسي والقلبي وعن إرتياحهم بعد مشاهدة المقاطع الدعوية الوعظية.

وأما فيما يتعلق بالتأثير القلبي الفكري للطلبة، فقد بينت الدراسة أثر الصفحات على تغير إيجابي بدرجة كبير على الطلبة سواءاً بالتأثير الإلتزامي أو بالتأثير المفاهيمي، بينما جاءت بنسب أقل باقي الأسئلة، وبدرجة متوسطة جاء إقتناع الطلبة بكثير مما يتم طرحه من الدعاة بنسبة 69%، في حين جاءت تأثر الطلبة بالآيات بعد تفسيرها بالحجج العقلية بنسبة 67%, في حين حل أخيراً في هذا المحور وبنسبة 66% تأثير حجم التفاعل على المنشور.

جدول2: التأثير القلبي للصفحات الدعوية على الطلبة

الرقم	الفقرة	المتوسط	إنحراف معياري	النسبة المئوية	الدرجة
1.	أنا أتأثر ببعض المنشورات حتى درجة البكاء.	3.92	.928	78.4%	كبيرة
2.	أنا أتأثر بالمنشورات إلى درجة تغيير جذري في التزامي.	3.52	.970	70.4%	كبيرة
3.	أنا أتأثر ببعض صفحات الدعاة لدرجة تغيير الكثير من مفاهيمي في الامور الدينية	3.50	1.048	70.1%	كبيرة
4.	أنا أطمئن قلبيا عند الرجوع الى صفحات الدعاة.	3.45	1.013	68.9%	متوسطة
5.	أنا اقتنع بوجهة نظر الدعاة في كثير من الاحيان.	3.46	.912	69.2%	متوسطة
6.	أنا أعتقد ان حجم التفاعل على المنشور لداعية ومدى تأثر المتابعين الاخرين به يزيد من تأثري به.	3.34	1.092	66.9%	متوسطة
7.	أنا أبكي عندما تكون الدعوة ملامسة لقلبي.	3.45	1.093	68.9%	متوسطة
8.	أنا أتأثر بالايات القرآنية أكثر بعد تفسيرها بالحجج العقلية.	3.38	1.069	67.5%	متوسطة
9.	أنا أتأثر بمنشورات الدعاة من ناحية نفسية وقلبية.	3.57	.968	71.4%	كبيرة
10.	أنا أشعر بأن قلبي أصبح مرتاحا عندما أسمع وأشاهد مقاطع الفيديو.	3.58	.987	71.6%	كبيرة
	النتائج الكلية للمحور	3.517	0.771	70.3%	كبيرة



المحور الثالث: التأثير السلوكي

تناول هذا المحور تأثير الصفحات الدعوية على السلوك الديني الشخصي ورد الفعل العملي للمتابعين لها، وفي المجمل حصل هذا المحور على معدل 3.6 وبنسبة 72% وبدرجة كبيرة (أنظر الجدول 3).

وقد جاءت النتائج في معظم الأسئلة بدرجة "كبيرة"، في حين حصل سؤال حول مدى حصول تغير جذري بسبب صفحة داعية على أعلى معدل وبما يقارب ال 80%، وأظهر نتائج بالمجمل درجة كبيرة من ناحية قراءة القرآن وبر الوالدين وصلاة الجماعة وحضور الدروس الدينية، وقد عبر غالبية كبيرة عن تأثرهم القلبي الكبير بالمقارنة مع تأثرهم السلوكي، ومن النتائج الايجابية السلوكية المباشرة للصفحات الدينية هو محاولة تأثير المتابعين لها على غيرهم ونقل ما تأثروا به إلى أصدقائهم عن طريق مشاركة المنشورات. إن هذا التفاعل الإيجابي بحد ذاته يعتبر ثمرة مباركة وهو تحويل المدعو الى داعية.

جدول3: التأثير السلوكي للصفحات الدعوية على الطلبة

الرقم	الفقرة	المتوسط	إنحراف معياري	النسبة المئوية	الدرجة
.1	أنا أتأثر بداعية لدرجة تغيير جذري في سلوكي.	3.99	.904	79.8%	كبيرة
.2	انا أقلد بعض الدعاة في التزامهم.	3.68	.894	73.6%	كبيرة
.3	أنا أكثر من قراءة القرآن بعد متابعتي للداعية.	3.60	1.120	72.1%	كبيرة
.4	أنا أبر والدي أكثر من ذي قبل عندما قرأت قصة او شاهدت فيديو عن بر الوالدين.	3.67	1.130	73.4%	كبيرة
.5	أنا اكثر من صلاة الجماعة في المسجد بعد متابعتي للداعية.	3.51	1.116	70.2%	كبيرة
.6	أنا أقوم بطرح الاسئلة الفقهية على صفحات الدعاة لأتعلم أمور ديني.	3.47	1.155	69.3%	متوسطة
.7	أنا أقوم بالتفاعل مع بعض المنشورات لدعاة مثل المشاركة على صفحتي لانها أثرت بي كثيرا.	3.51	1.168	70.2%	كبيرة
.8	أنا اعتقد بأن تأثري القلبي والنفسي لصفحات الدعاة أكثر من تأثري السلوكي العملي.	3.50	1.147	70.0%	كبيرة
.9	أنا التزم بالدروس الدينية بعد قراءتي لمنشور أثر في سلوكي.	3.51	1.112	70.2%	كبيرة



.10	انا أثرت في أصدقائي بعد تنزيل المنشورات والمقاطع الدينية على صفحتي.	3.53	1.043	70.6%	كبيرة
	النتائج الكلية للمحور	3.597	0.877	71.9%	كبيرة

المحور الرابع: التفاعل

أظهرت النتائج أن هنالك تفاعل بدرجة كبيرة للصفحات الدينية بمتوسط 3.66 وبنسبة بلغت 72.9% وبدرجة كبيرة (أنظر الجدول 4).

جدول4: التفاعل على الصفحات الدعوية

رقم	الفقرة	المتوسط	إنحراف معياري	النسبة المئوية	الدرجة
.1	انا أتفاعل مع العنوان قبل قراءة أومشاهدة البوست.	4.19	.799	83.8%	كبيرة جدا
.2	أنا اتصفح معظم المنشورات سريعا ولا أكمل قرائتها.	3.79	.823	75.9%	كبيرة
.3	أنا استخدم زر الاعجاب في كثير من الاحيان .	3.78	.950	75.6%	كبيرة
.4	أنا أهتم بالتعليقات وأتفاعل معها أكثر من المنشور نفسه.	3.52	1.062	70.4%	كبيرة
.5	انا أجد بعض منشورات الدعاة تزيد الفرقة بين المسلمين وتعطي أثر عكسي.	3.51	1.116	70.3%	كبيرة
.6	أنا اتفاعل مع المنشور واعمل مشاركة ليشاهده أصدقائي.	3.54	1.047	70.9%	كبيرة
.7	في بعض المنشورات تكون التعليقات والردود أهم من المنشور نفسه.	3.43	1.055	68.5%	متوسطة
.8	أنا أتفاعل مع خدمة البث المباشر لدعاة سواء كانت موعظة أو خطبة جمعة.	3.45	1.137	69.0%	متوسطة
.9	عدد المعجبين بالمنشور يزيد من اهتمامي بمتابعته.	3.55	1.159	71.0%	كبيرة
.10	أنا أعتقد أن مشاركة منشورات الدعاة هو نوع من الدعوة الى الله.	3.67	1.143	73.4%	كبيرة
	النتائج الكلية للمحور	3.644	0.772	72.9%	كبيرة



جاءت نتائج الشق الأول في المجمل بين متوسط وكبير وكبير جداً، فقد تحدث نسبة كبيرة جداً من الطلبة عن أهمية العنوان ومدى تفاعلهم معه وبنسبة 84%، وهناك نسبة كبيرة أيضاً يتصفحون بعض المنشورات ولا يكملون قراءتها،
جاءت نتائج الشق الأول في المجمل بين متوسط وكبير وكبير جداً، فقد تحدث نسبة كبيرة جداً من الطلبة عن أهمية العنوان ومدى تفاعلهم معه وبنسبة 84%، وهناك نسبة كبيرة أيضاً يتصفحون بعض المنشورات ولا يكملون قراءتها،
ومن نتائج الدراسة كذلك ظهور اهتمام كبير بمتابعة التعليقات والردود على المنشور، وذلك من خصائص مواقع التواصل الإجتماعي التي تتيح التفاعل مع المنشور، وهذه تشكل إحدى أهم المتنفسات للمتابعين ووسيلة من وسائل التعبير المتاحة، بينما جاءت خدمة البث المباشر على صفحات الدعاة بنتيجة متوسطة في المتابعة وهو شيء متوقع لحداثة الخدمة.

وفيما يتعلق بنتائج الشق الثاني، فقد أظهرت الدراسة تفاعلاً مع هذه الصفحات، حيث أظهرت نسبة كبيرة من الطلبة أنهم يضغطون على زر الاعجاب، وغالباً ما يكون ذلك بسبب معلومة جديدة تم إكتسابها أو تأثر حصل من المنشور. فيما أظهرت الدراسة أهمية كبرى للتعليقات والردود على المنشور، وهذه ميزة الصفحات الاجتماعلة حيث أنها تفاعلية بشكل أساسي وتشكل هذه الخاصية بيئة لقياس رد الفعل المباشر على منشور معين، وتعمل أيضاً كمنصة للتواصل بين الداعية ومختلف المتابعين لصفحته وبين المتابعين أنفسهم كذلك، وأظهرت الدراسة أن غالبية كبيرة قد عملوا مشاركة لمنشور ديني على صفحتهم وأنهم يعتقدون أن هذا نوع من الدعوة إلى الله تعالى.

5. الخلاصة

من خلال ما تقدم، فقد أظهرت الدراسة أهمية الفيسبوك كمنصة دعوية واعتباره كوسيلة من وسائل الإعلام البديل، فقد أثبتت صفحات الفيسبوك أنها منتشرة بين الجمهور ولها حضورها وتأثيرها الدعوي على الفئات كافةً، وأنها تبعث على الطمئنينة والراحة القلبية في ظل بروز الكثير من الآثار السلبية السيئة سواءاً من الناحية النفسية أو من الناحية السلوكية، كما وتبين أهمية هذه الصفحات كمنصات للتفاعل ولاستخدامها والاستفادة القصوى منها

كما وتوصي الباحثة الدعاة باستخدام هذه المنصات والتحول إليها واستقطاب الجمهور وكذلك استخدام المتاح من الخدمات الجديدة المتجددة لموقع فيسبوك مثل البث المباشر والتركيز على العموميات والابتعاد عن الخلافيات وعوامل



التفرقة، كما وتوصي الباحثة بالاهتمام بالمضمون الدعوي للفيسبوك وتنويعه بين القصة والفيديو القصير والصور، وكذلك الإقتصار على عدد قليل من المنشورات المأرة والابتعاد عن الإغراق، ومناقشة احتياجات المتابعين وقضايا الأمة.

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين؛؛

المصادر والمراجع

* القرآن الكريم

1. ابن تيمية، مجموع الفتاوى ، طبعة مجمع الملك فهد.
2. ابن منظور، لسان العرب. طبعة دار المعارف.
3. البدوي، عمار توفيق أحمد(2012)أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة"الفيس بوك"نموذجا، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، جامعة النجاح، فلسطين.
4. الراوي، بشرى جميل(2015)دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/مدخل نظري. مجلة الباحث الإعلامي 14(9-25)، جامعة بغداد، العراق.
5. عتيلي، أشعري، معاذ . محمد فيصل.(2012) نظرية التفاعل الدعوي وتطبيقها عبر الإعلام الجديد: "فيسبوك نموذجاً". رسالة ماجستير . ماليزيا: الجامعة الوطنية الماليزية.
6. القحطاني، سعيد.(2009) مقومات الداعية الناجح، المكتب التعاوني للدعوة والإرشاد/ السعودية.
7. مرعي، السيد محمد (2009) تكنولوجيا الدعوة الإسلامية، دار جمعة الماجد/الامارات.
8. المنصور، محمد(2012). تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين ، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية، الدانمارك.
9. الواعي، توفيق.(1995)الدعوة إلى الله، دار اليقين.
10. Ashaari, M. F., & Maideen, M. A. (2017). THE EMERGENCE OF SHIITE IN MALAYSIAN CYBERSPACE: A STUDY OF MAIN THEME IN THE POSTINGS OF PRO-SHIITES'FACEBOOK. The Online Journal of Communication and Media, 3(4), 24.



11. Ashaari, M. F., Don, A. G., Muhamat, R., Hamjah, S. H., Sham, F. M., Nasir, B. M., ... & Ghani, M. Z. A. (2012). The model of online al-dacwah Al-Fardiyyah: a hybrid model of doing al-dacwah on the internet. Advances in Natural and Applied Sciences, 6(4), 511-521.
12. Brubaker, P. J., & Haigh, M. M. (2017). The Religious Facebook Experience: Uses and Gratifications of Faith-Based Content. Social Media+ Society, 3(2), 2056305117703723.
13. Mansour, T. (2014). The Role of Social Networks in Meeting The Needs of The Jordanian Youth. Jordan Journal of Social Sciences, 7(2.(
14. Phua, J., & Ahn, S. J. (2016). Explicating the 'like'on Facebook brand pages: The effect of intensity of Facebook use, number of overall 'likes', and number of friends''likes' on consumers' brand outcomes. Journal of Marketing Communications, 22(5), 544-559.
15. Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2013). Is Facebook creating "iDisorders"? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. Computers in Human Behavior, 29(3), 1243-1254.
16. Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014). Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. Computers in Human Behavior, 35, 359-363.
17. Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing?. Computers in Human Behavior, 43, 139-146.
18. Toriman, M. E. (2012). Nature of Islamic Da'wah in Malaysia. Advances in Natural and Applied Sciences, 6(4), 572-575.
19. https://newsroom.fb.com/company-info/ {Last Visit 14/10/2017}.



http://www.internetworldstats.com/middle.htm {Last Visit 14/1

